

# ANALISIS PEMILIHAN METODE RESERVASI DI HOTEL MERCURE BATAM

By : Teja Kumaro Prajnagaja  
E-mail : tejaprajnagaja@gmail.com  
Conselor : Dra. Hj. Syofia Achnes, M.Si

Department of Administration - Tourism Studies Program  
Faculty of Social and Political Science  
Riau University  
Bina Widya Building Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293–  
Phone/Fax. 0761-63277

## ABSTRACT

*This research aims to discover determining factors for reservation methods amongst customers in Mercure Hotel, Batam, Indonesia.*

*In order to inspect the core issue of the chosen topic, writer has applied quantitative descriptive method to build this paper. The research's sample is constructed through 150 people in a dedicated focus group, while the collection technique is assembled through observations, interviews and documentations. Based on Likert's scale theory, writer will demonstrate four indicators as the main influencers for Mercure Hotel; Ease, Rates, Trustworthiness and Awareness.*

*Based on aforementioned examinations, conclusively the main deciding factors for customer direct reservation is ease and trustworthiness. On the other hand, customer through company/event/travel agent reservations will most likely make hotel reservation based on rates and trustworthiness; Customers with Affiliate Reservation Network will prioritize trustworthiness while those with Non-Affiliate Reservation Networks will opt for most value rates.*

*Keywords: Room Reservation, Reservation Method, Reservation*

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan zaman pada saat era modren ini tidak dapat kita hindari dengan pariwisata. Karena tentunya pada negara berkembang seperti negara Indonesia, pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menambah pemasukan devisa negara. Sejalan dengan perkembangan pariwisata ada saat sekarang ini beberapa negara telah melakukan perubahan-perubahan yang

begitu positif terhadap produk-produk pariwisata ataupun hal-hal yang menunjang pariwisata itu sendiri. Didalam kamus besar Indonesia pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang

dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Provinsi Kepulauan Riau merupakan gerbang wisata dari mancanegara kedua setelah Pulau Bali. Jumlah wisatawan asing yang datang berkunjung mencapai 1,5 juta orang pada tahun 2005. Objek wisata di provinsi Kepulauan Riau antara lain adalah wisata pantai yang terletak di berbagai kabupaten, dan kota. Pantai Melur, Pulau Abang dan Pantai Nongsa di kota Batam, Pantai Pelawan di kabupaten Karimun, Pantai Lagoi, Pantai Tanjung Berakit, Pantai Trikora, dan Bintan Leisure Park di kabupaten Bintan. Kabupaten Natuna terkenal dengan wisata baharinya seperti snorkeling.

Di dalam sektor pariwisata terdapat beberapa bagian salah satunya adalah akomodasi, dimana di dalam bagian akomodasi tersebut salah satunya adalah hotel atau perhotelan. Hotel merupakan akomodasi atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman, jasa penjualan kamar.

Di dalam hotel tersebut juga dibagi menjadi beberapa departemen yang mempunyai setiap tugas masing-masing sesuai dengan tempat dan tugas pekerjaannya sendiri seperti *Front desk (Front Office)*, *Housekeeping*, *F&B Service*, *F&B Product*, *Marketing*, *Accounting*, *HRD*, *Banquet*, dll.

Di dalam hotel menjual kamar yang dilakukan oleh *Front Office* dapat dengan dilakukan berbagai cara salah satunya adalah dengan melalui

reservasi. Pada zaman saat ini sudah banyak teknologi-teknologi canggih yang dapat kita gunakan untuk melakukan reservasi seperti secara online (melalui web) atau email maupun secara reservasi via telepon (langsung). Reservasi melalui web dapat dilakukan di website yang dimiliki atau dikelola oleh hotel itu sendiri contohnya pada hotel yang di kelola oleh manajemen ACCOR dapat mereservasi melalui *accorhotels.com* atau melalui website yang dikelola oleh travel agent lainnya seperti *traveloka.com*, *booking.com*, dll. Sedangkan via *email* dapat dilakukan dengan mengirim *email* ke alamat *email* yang telah disediakan oleh pihak hotel. Sedangkan via telepon dapat dilakukan dengan menelepon nomor yang telah dicantumkan oleh pihak hotel.

Reservasi itu sendiri dalam bahasa Inggris adalah *Reservation* yang berasal dari kata "*to reserve*" yaitu menyediakan atau mempersiapkan tempat sebelumnya. Sedangkan *reservation* yaitu pemesanan suatu tempat fasilitas. Jadi secara umum *reservation* yaitu pemesanan fasilitas yang diantaranya akomodasi, meal, seat pada pertunjukan, pesawat terbang, kereta api, bus, hiburan, night club, discouteque dan sebagainya. Kata *reservation* atau pemesanan dalam dunia pariwisata disebut juga *booking*.

**Tabel 1.1**

**Perbandingan Tingkat Hunian Hotel Mercure Batam Dengan Beberapa Hotel Pesaing**

Hotel	Room Sold		
	2012	2013	2014
Mercure	38490	40072	35212
Hotel 89	38281	37716	31938
Amir Hotel	29055	29854	27469
Nagoya Plaza	37805	39350	35413
The Hills	35873	36350	31130

*Sumber : Mercure Batam & PHRI Batam, 2015*

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 dapat di simpulkan bahwa hotel Mercure Batam dapat bersaing dengan hotel – hotel di Batam lainnya dengan melihat tingkat hunian kamar dengan beberapa hotel yang merupakan pesaing dari Hotel Mercure Batam. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti di hotel Mercure Batam dikarenakan Hotel Mercure Batam masih dapat bersaing dan salah satu hotel yang masih diminati oleh para wisatawan yang datang ke Kota Batam.

**Tabel 1.2**

**Komposisi Tamu Berdasarkan Metode Check-In**

Metode Check -In	Tahun			
	2011	2012	2013	2014
Walk-In	1,10 %	1,20 %	0,90 %	0,60 %
Langsung	49,20 %	55,30 %	58,10 %	54,10 %
Company/Event /Travel Agent	42,20 %	37,90 %	36,50 %	32,60 %
Affiliate Reservation Network	2,90 %	1,80 %	1,10 %	2,10 %
Non-Affiliate Reservation Network	4,60 %	3,80 %	3,40 %	10,60 %

Berdasarkan dari data yang telah didapatkan oleh peneliti pada *tabel 1.2* merupakan data berapa banyak tamu yang mereservasi kamar di hotel Mercure Batam dengan berbagai metode *Check-in*, dengan adanya perbedaan yang signifikan antara metode reservasi langsung dengan metode reservasi lainnya sementara itu banyak kemudahan yang dapat diterima oleh tamu jika tamu melakukan reservasi dengan menggunakan metode reservasi melalui website. Jika menggunakan website pastinya akan

lebih mudah, mempersingkat waktu reservasi dan rata-rata harga yang dicantumkan ke dalam website akan lebih murah dibandingkan dengan menggunakan metode reservasi langsung. Sehingga dari data yang didapat pada tabel 1.2 peneliti ingin meneliti apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tamu dalam memilih metode reservasi di Hotel Mercure Batam.

**Tabel 1.3**

**Perbandingan Harga Kamar Berdasarkan Metode Check-In**

Metode Check-In	Superior (Rp)	Deluxe (Rp)
<i>Walk In</i>	900.000	1.000.000
Reservasi Langsung	900.000	1.000.000
<i>Company/Event t/Travel Agent</i>	500.000	550.000
<i>Affiliate Reservation System</i>	720.000	N/A
<i>Non-Affiliate Reservation System</i>	720000	N/A

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa perbedaan harga yang diberikan kepada tamu yang melakukan reservasi berdasarkan metode *Check-in* yang digunakan oleh tamu. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi faktor tamu dalam memilih cara reservasi dalam pemesanan kamar. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa rata-rata via website akan lebih murah harganya dibandingkan dengan melakukan reservasi langsung.

Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tamu dalam memilih metode reservasi di Hotel

mercure Batam. Jika dilihat dari tabel 1.2 mengapa tamu lebih banyak memilih pada metode reservasi secara langsung padahal masih ada metode reservasi lainnya yang dapat digunakan untuk memesan kamar di Hotel Mercure Batam dan juga peneliti ingin meneliti apa saja faktor yang menarik tamu untuk memilih masing masing metode reservasi yang ada.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : ***“Apakah faktor – faktor yang membuat tamu untuk memilih metode reservasi kamar di Hotel Mercure Batam”.***

## 3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimanakah gambaran pemilihan metode reservasi oleh tamu di Hotel Mercure Batam?

## 4. Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak meluas maka peneliti membatasi masalah penelitian pada area *Front Office* di bagian reservasi, penelitian reservasi via *website* khusus di *website booking.com*, dan *agoda.com*, reservasi melalui *event / company / Travel agent*.

## 5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

- Untuk mengetahui bagaimana gambaran pemilihan metode reservasi oleh tamu di Hotel Mercure Batam?

## Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat sebagai berikut:

### a) Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambahkan kajian Ilmu Pariwisata terutama dalam kajian tentang ilmu reservasi kamar hotel. Dapat lebih memantapkan para peneliti untuk melihat beragamnya persoalan reservasi kamar hotel. Melihat perkembangan pariwisata terutama dunia perhotelan yang sangat pesat berarti permasalahan yang akan muncul di dunia perhotelan akan semakin beragam, terutama yang terkait dengan persoalan kantor depan hotel (*Front Office*).

### b) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan bagi para pengkaji dan juga para elemen masyarakat, mahasiswa dan pelajar dari pentingnya presentasi diri dalam kehidupan bermasyarakat.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Reservasi Kamar Hotel

Menurut Vallen (1985) dalam bukunya *Check In Check Out, Principle Of Effective Front Management*, bagian reservasi merupakan salah satu bagian yang terpenting pada kantor depan hotel, sebab tinggi rendahnya pemesanan kamar atas kamar-kamar hotel tergantung pada bagian ini. Hal ini disebabkan pihak hotel tidak mengharapkan jumlah tamu yang

sebanyak-banyaknya dari tamu yang *walk-in*.

Tindakan menerima reservasi dinamakan sebagai tindakan menjual kamar, dimana sebelum tamu datang atau tiba di hotel maka tamu terlebih dahulu harus melakukan reservasi guna mendapatkan kepastian akan tersedianya kamar. Pemesanan kamar dapat dilakukan tamu beberapa hari atau beberapa minggu sebelumnya.

## **2. Tugas dan Tanggung Jawab Reservasi**

Bagian reservasi berperan sebagai salah satu seksi atau bagian yang memperlancar pelayanan pemesanan kamar-kamar hotel bagi tamu, baik itu tamu perorangan, tamu rombongan ataupun tamu VIP.

## **3. Bentuk-Bentuk Reservasi (*Type of Reservation*)**

Bentuk pemesanan kamar adalah merupakan kekuatan atau bobot suatu pemesanan kamar yang berguna sebagai acuan/pegangan bagi tamu maupun pihak hotel pada saat *check-in*.

Bentuk pemesanan kamar dapat dibagi ke dalam lima kelompok, yaitu :

- a) *Confirmed reservation*
- b) *Guaranteed reservation*
- c) *Advanced payment reservation*
- d) *Waiting list reservation*

## **4. Sumber-Sumber Reservasi**

Menurut Endar Sugiarto (2014:65-67) sumber-sumber reservasi adalah lembaga atau perseorangan yang melakukan pemesanan kamar.

Beberapa sumber reservasi:

- a. *Individual* atau perorangan
- b. *Hotel Guest* atau Tamu Hotel

- c. *Company* atau Perusahaan
- d. *Government* atau Pemerintahan
- e. *Travel Agent* atau Biro/Agen Perjalanan
- f. *Airline Agency* atau Perusahaan Penerbangan
- g. *Airport Representative*
- h. *Car Rental Company* atau perusahaan penyewaan mobil
- i. *Central Reservation System* atau Sistem Pemesanan Terpusat
- j. *Intersell Agencies*

## **5. Peralatan dan Perlengkapan Bagian Reservasi**

Adapun perlengkapan yang dipergunakan oleh bagian reservasi dalam operasionalnya adalah :

- a. *Reservation Form*
- b. *Reservation Plan/Reservation Chart*
- c. *Reservation Slip*
- d. *Reservation Rack*
- e. *To day's expected arrival list*
- f. *Reservation Forecast*

## **6. Manfaat Dari Reservasi**

Keberadaan kegiatan pemesanan kamar sangat bermanfaat bagi tamu maupun hotel. Dengan mengadakan reservasi kamar terlebih dahulu maka:

- a) Hotel dapat memberikan citra baik yang mengesankan pada saat tamu memesan. Hal ini akan memotivasi tamu untuk segera datang ke hotel.
- b) Calon tamu dapat memprediksi dengan jelas biaya yang akan dikeluarkan untuk akomodasi selama perjalanan.

- c) Dengan persiapan yang matang, hotel dapat menyajikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada tamu, misalnya penjemputan, dan lain-lain.
- d) Ketika tamu memesan kamar, petugas reservasi dapat menjual fasilitas dan produk lain seperti restoran dan *banquet*.

## 7. Pengertian Hotel

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

## 8. Pengertian Kantor Depan Hotel

Dalam bahasa Indonesia kata *Front Office* diartikan dengan Kantor Depan. Sesuai dengan artinya, kantor depan hotel merupakan salah satu departemen/bagian yang langsung memberikan pelayanan kepada tamu yang terletak di depan/lobi sebuah hotel, yang dimulai dari calon tamu mengadakan pemesanan kamar / *pre-arrival* sampai tamu tinggal dan berangkat (*Check-out*) dari hotel.

## METODE PENELITIAN

### 1. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiono(2013:13), metode kuantitatif merupakan “Metode ilmiah / scientific karena telah memenuhi kaidah- kaidah ilmiah yaitu

konkrit / empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.”Sedangkan metode penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian” (Sugiono, 2013:3).

### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mengadakan penelitian yang diperkirakan dari bulan Maret 2015 sampai bulan Juni 2015 pada Hotel Mercure Batam Jl Raden Patah No.12, Kepulauan Riau.

### 3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008:115), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi *Non-probability* dan yang akan menjadi populasi penelitian adalah konsumen yang menginap di Hotel Mercure Batam dengan menggunakan salah satu metode reservasi yang ada.

Sugiyono (2008:116) memberikan pengertian sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen / tamu yang menginap di Hotel Mercure Batam dengan menggunakan salah satu metode reservasi yang ada. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Sampling Kuota. Peneliti akan mengambil kuota sebanyak 150 orang dimana kuota tersebut akan dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan jenis metode reservasi yang

dilakukan dan akan berjumlah sesuai dengan data yang didapat oleh peneliti.



**4. Operasional Variabel**  
**TABEL.3.6**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sub Indikator	Teknik Pengumpulan Data
Metode Reservasi	Langsung	Kemudahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan Mengakses</li> <li>• Prosedur yang dilakukan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angket</li> <li>• Dokumentasi</li> <li>• Observasi</li> </ul>
	<i>Company/ Event/ Travel Agent</i>	Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promo diskon</li> <li>• promo paket kamar</li> </ul>	
	<i>Affiliate Reservation Network</i>	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat akurasi dalam pemesanan kamar</li> <li>• Reputasi yang dimiliki oleh metode reservasi</li> </ul>	
	<i>Non-Affiliate Reservation Network</i>	Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai hotel</li> <li>• Informasi mengenai metode reservasi yang digunakan</li> </ul>	



## 5. Teknik Pengukuran

Teknik Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala likert. Skala Likert merupakan alat untuk mengukur sikap dan keadaan yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif untuk menunjukkan sejauh mana tingkat persetujuan atas ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Skala Likert juga dikenal dengan *Summated Ratings Method*. (Kusmayadi & Endar Sugiarto, 2000: 94)

## PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Responden

Dalam hal ini peneliti memasukkan deskripsi responden berdasarkan jenis metode reservasi, jenis pekerjaan dan frekuensi responden menginap. Di karenakan menurut peneliti hal tersebut bisa mempengaruhi hasil kinerja dari beban kerja yang ditangani. Responden dalam penelitian ini yaitu para tamu yang memesan kamar dengan menggunakan salah satu metode reservasi yang digunakan di Hotel Mercure Batam.

### 2. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Setiap Metode Reservasi

Metode Reservasi	Indikator			
	Kemudahan	harga	Kepercayaan	Pengetahuan
Langsung	Sangat Baik	Cukup Baik	Baik	Baik
<i>Company/Event/ Travel Agent</i>	Cukup Baik	Sangat Baik	Sangat Baik	Cukup Baik
<i>Affiliate Reservation Network</i>	Baik	Baik	Sangat Baik	Cukup Baik
<i>Non-Affiliate Reservation Network</i>	Baik	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik

Dapat penulis simpulkan bahwa untuk metode reservasi secara langsung yang menjadi indikator yang paling menarik bagi tamu untuk memesan kamar adalah indikator kemudahannya baik untuk mengaksesnya maupun melakukan prosedur yang diberikan pada saat memesan kamarnya, sedangkan untuk indikator harga merupakan indikator yang paling rendah tanggapannya dikarenakan untuk indikator harga metode reservasi secara Langsung masih kurang menarik bagi tamu untuk menjadi alasan memesan kamar melalui metode reservasi tersebut. Sedangkan untuk indikator kepercayaan dan indikator pengetahuannya mendapatkan tanggapan responden yang baik.

Untuk metode reservasi melalui *Company/Event/ Travel Agent* indikator yang mendapat tanggapan terbaik untuk menjadi alasan dari tamu memesan kamar adalah indikator harga dan indikator kepercayaan dimana menurut para tamu harga yang diberikan baik diskon harga kamar maupun promo paket kamar sudah memberikan tanggapan yang baik dan juga untuk indikator kepercayaan baik dari segi

akurasi dan reputasi dari metode reservasi tersebut sudah ditanggapi dengan baik, sedangkan untuk indikator kemudahan mendapatkan tanggapan cukup baik. Hal ini dikarenakan cara mengakses dan prosedur yang dilakukan oleh tamu ketika memesan kamar sedikit sulit, misalnya prosedur pada saat ingin memesan kamar melalui *company* harus melalui perjanjian dibuat dengan pihak hotel dan juga harus melalui beberapa prosedur administrasi yang diberikan oleh perusahaan agar dapat memesan kamar yang dibutuhkan. Hal ini membuat tingkat indikator kemudahan tidak menjadi indikator untuk memilih metode reservasi tersebut. Sedangkan untuk indikator pengetahuan juga mendapat tanggapan cukup baik, hal ini dikarenakan tamu yang memesan kamar tidak mendapatkan informasi secara lengkap baik untuk informasi mengenai Hotel Mercure Batam maupun untuk informasi metode reservasi itu sendiri.

Untuk metode reservasi melalui *Affiliate Reservation Network* indikator yang mendapatkan tanggapan yang sangat baik adalah indikator kepercayaan, hal ini dikarenakan bahwa untuk metode reservasi melalui *Affiliate Reservation Network* itu sendiri dibuat oleh pihak manajemen hotel itu sendiri yaitu manajemen Accor. Sehingga tamu merasa bahwa untuk memesan hotel dengan menggunakan jaringan dari manajemen itu sendiri sudah sangat terpercaya. Sedangkan untuk indikator pengetahuan mendapatkan tingkat terendah dari tanggapan tamu untuk memesan kamar melalui metode reservasi tersebut. Hal ini dikarenakan masih banyak nya tamu yang tidak mengetahui metode reservasi itu sendiri, lebih banyak tamu yang mengetahui memesan kamar melalui metode yang lain kebanyakan yang mengetahui cara memesan kamar melalui metode

reservasi *Affiliate Reservation Network* adalah tamu-tamu yang sudah menjadi anggota member itu sendiri. Untuk indikator kemudahan dan harga sudah mendapatkan tanggapan yang baik dari tamu.

Untuk metode reservasi melalui *Non- Affiliate Reservation Network* indikator harga merupakan indikator yang menurut para tamu yang memesan kamar tertarik untuk memesannya, hal ini dikarenakan seringnya pemberian potongan harga untuk pemesanan kamar jika kita memesannya melalui metode ini. Untuk indikator yang membuat tamu tidak tertarik untuk memilih metode reservasi tersebut adalah indikator pengetahuan, hal ini dikarenakan informasi yang diberikan oleh metode reservasi *Non-Affiliate Reservation Network* tidak begitu lengkap dan mendetail seperti pada saat pemesanan kamar adanya perbedaan sebutan nama seperti kamar superior menjadi kamar standar, untuk memesan kamar hanya dapat memesan kamar tipe superior dan kamar tipe deluxe sedangkan untuk tipe kamar suite dan lainnya tidak dapat melalui metode reservasi ini, untuk pemesanan kamar yang tipe *connecting room* juga tidak tercantumkan bahwa harus memesan 1 kamar tipe superior dan 1 tipe kamar yang deluxe dimana di Hotel Mercure Batam untuk mendapatkan tipe kamar *connecting room* harus dengan cara seperti itu. Sehingga hal hal tersebut menyulitkan sebagian tamu yang ingin memesan kamar dengan menggunakan metode reservasi tersebut.

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai

pemilihan metode reservasi di Hotel Mercure Batam sebagai berikut:

1. Dapat disimpulkan bahwa untuk metode reservasi langsung indikator yang menjadi daya tariknya adalah indikator kemudahan dan kepercayaannya dan untuk indikator yang membuat tamu kurang tertarik untuk memesan kamar adalah indikator harga dimana harga yang diberikan masih mahal menurut tamu.
2. Dapat disimpulkan bahwa indikator yang menjadi indikator yang paling menarik minat tamu untuk melakukan pemesanan kamar melalui metode reservasi melalui *Company/Event/Travel Agent* adalah indikator harga dan kepercayaan dan untuk indikator yang membuat tamu kurang tertarik untuk memesan kamar adalah indikator kemudahan dan pengetahuannya dimana tingkat kemudahan untuk memesan kamar melalui reservasi melalui *Company/Event/Travel Agent* masih dapat dikatakan masih sedikit sulit dan untuk indikator pengetahuan masih banyak tamu yang tidak mendapatkan informasi secara lengkap mengenai hotel Mercure Batam maupun mengenai metode reservasi itu sendiri.
3. Dapat disimpulkan bahwa indikator yang menjadi minat tamu untuk melakukan pemesanan kamar melalui metode reservasi melalui *Affiliate Reservation Network* adalah indikator kepercayaan dimana tamu sangat mempercayai metode reservasi ini. Untuk indikator yang membuat tamu tidak memesan kamar dengan menggunakan metode reservasi tersebut adalah indikator

pengetahuan dikarenakan masih banyak tamu yang banyak tidak mengetahui informasi mengenai metode reservasi tersebut sehingga mereka tidak melakukan pemesanan dan juga informasi yang diberikan oleh metode reservasi melalui *Affiliate Reservation Network* itu sendiri tidak terlalu detail.

4. Dapat disimpulkan bahwa indikator yang membuat tamu tertarik untuk memesan kamar melalui metode reservasi *Non-Affiliate Reservation Network* adalah indikator harga dimana harga yang ditawarkan oleh metode reservasi ini dapat dikatakan lebih murah dibandingkan dengan metode reservasi lain sehingga tamu menjadi lebih tertarik sedangkan untuk indikator yang membuat tamu menjadi tidak tertarik untuk memesan kamar adalah indikator pengetahuan dimana informasi mengenai hotel yang diberikan oleh metode reservasi itu sendiri tidak terlalu detail sehingga tamu sering terjadi kesalahan pemesanan kamar dimana hal ini membuat tamu menjadi tidak tertarik untuk memesan kamar.

## 2. Saran

Pada kesempatan ini peneliti mengemukakan beberapa saran kepada pihak manajemen Hotel Mercure Batam :

1. Untuk metode reservasi langsung yang menjadi kekurangannya adalah pada indikator harga. Indikator harga merupakan indikator yang biasanya terlebih dahulu dipertimbangkan kepada tamu yang ingin memesan kamar untuk itu saran penulis adalah

sebaiknya pihak manajemen hotel Mercure Batam lebih sering memberikan promo harga baik untuk harga diskon ataupun harga paket kamar dimana dapat membuat tamu lebih tertarik untuk memesan kamar dengan menggunakan metode reservasi ini dikarenakan harga lebih menarik dengan standar yang masih dipertahankan.

2. Untuk metode reservasi melalui *Company/Event/Travel Agent* yang menjadi kekurangan di metode reservasi ini adalah indikator kemudahan dan pengetahuan tamu . Dimana saran dari penulis adalah lebih mempublikasikan lagi kontak untuk menghubungi pihak hotel lagi seperti bagian marketingnya atau membuat line khusus untuk perusahaan yang ingin langsung membuat corporate rate dengan pihak hotel, atau dengan lebih mempromosikan lagi kepada perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan perjanjian corporate rate sehingga perusahaan yang ingin bekerja sama bisa mengetahui kemana untuk mengkontak pihak hotel sehingga tamu mengetahui dan lebih mudah untuk lebih mengaksesnya ketika memesan kamar.
3. Untuk metode reservasi *Affiliate Reservation Network* indikator

yang menjadi kekurangannya adalah indikator pengetahuan. Dimana saran penulis untuk metode reservasi tersebut adalah lebih mempromosikan lagi bahwa tamu dapat memesan kamar melalui metode reservasi yang telah disediakan yang dimana membuat tamu mengetahui bahwa ada metode reservasi yang langsung diberikan oleh pihak manajemen kepada para konsumen dimana metode reservasi tersebut sangat terpercaya.

4. Untuk metode reservasi *Non-Affiliate Reservation Network* yang menjadi kekurangan adalah indikator pengetahuan yang menjadi permasalahan adalah informasi yang didapat oleh tamu dari metode reservasi tersebut tidak terlalu lengkap sehingga tamu akan kebingungan ketika memesan kamar melalui metode reservasi tersebut sehingga saran dari penulis adalah pihak hotel memeriksa lagi apakah website yang hotel ajak kerja sama apakah telah memberikan informasi yang benar dan jelas jika masih belum pihak hotel boleh memberitahukan kepada pihak website untuk memberikan info sesuai yang hotel inginkan dikarenakan ketika ada kekurangan informasi dapat membuat tamu salah untuk memesan kamar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Richard, K. 2006. *Hotel management*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Bagyono. 2003. *Kantor Depan Hotel*. Bandung : CV Alfabeta.
- Heldin, M. & Trizno, T. 2007. *Manajemen Front Office*. Jakarta : Megapoin.
- Agusnawar. 2002. *Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel*. Jakarta. P.T. Perca.
- Endar, S. 2004. *Operasional Kantor Depan Hotel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D/ ABT*. Bandung : CV Alfabeta.

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Sihite, Richard. 2000. *Front Office*. Surabaya : SIC
- Baker, Sue. 1995. *Principle of Hotel Front Office Operation*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bardi, James A. 2003. *Hotel Front Office Management*. USA: John Wiley & Sons, Inc
- Agus, S & Bagyono. 2006. *Dasar - Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta : Andi Publisher
- Media internet :  
<http://eprints.ung.ac.id/2323/5/2013-1-93403-331310035-bab2-30072013042049.pdf>  
(diakses pada 17:30, minggu 22 maret 2015)
- <http://jenishotel.info/pengertian-hotel>  
(diakses pada 17:40, minggu 22 maret 2015)
- Media Jurnal :  
Irma Yulida Putri Pohan (2015) “ Menerima Dan Memproses Reservasi Pada Hotel Danau Toba International Medan ”.